



## ЖУРНАЛИСТИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

УДК 070(47+57) «Правда» «1938»

### ТУРЦИЯ В ОСМЫСЛЕНИИ ГАЗЕТЫ «ПРАВДА» 1938 ГОДА

**А.В. Багиев**

Саратовский государственный университет,  
кафедра общего литературоведения и журналистики  
E-mail: art-bagiev@yandex.ru

Работа посвящена важному эпизоду в истории русской советской журналистики – интерпретации советско-турецких отношений в 1938 г. – последнем году жизни президента Ататюрка. Рассматриваются проблемы создания имиджа крупного политического деятеля, представлявшего иностранное государство.

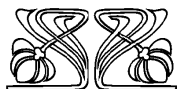
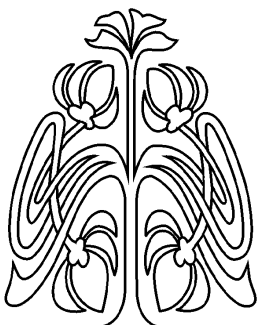
**Ключевые слова:** журналистика, газета «Правда», советско-турецкие отношения, Ататюрк, имидж политического деятеля, пропаганда.

**Turkey in «Pravda», 1938**

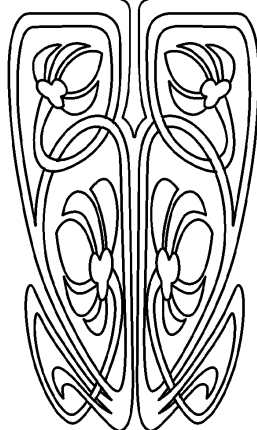
**A.V. Bagiev**

The article deals with an interesting episode in the history of Russian Soviet journalism – the coverage of Russian-Turkish relations in 1938, in the last year of President Atatürk's life. The ways of creating the image of the prominent foreign political leader come under close consideration.

**Key words:** journalism, the «Pravda», Soviet-Turkish relations, Atatürk, political leader's image, propaganda.



НАУЧНЫЙ  
ОТДЕЛ



Журналистская информация помогает нам быть в курсе событий, происходящих во всех сферах жизни. Но существует еще одна особенность этой информации: с ее помощью правительства готовят принятия важных решений, взаимодействуют финансовые и политические силы, формируется общественное мнение. Пропаганда, объединяющая в себе искусство общения с людьми и знание человеческой психологии, является частью журналистской информации. Воспринимается она не всегда однозначно. В западной традиции пропаганда строго ассоциируется у обывателя с техниками манипулирования сознанием, на этом фоне политический «пиаром» (PR – англ. – связи с общественностью) и различного рода рекламные технологии стабильно функционируют и даже развиваются. Иными словами, пугает всех только сам термин. В российской традиции пропаганда воспринимается более спокойно. Это связано с тем, что в Советском Союзе пропаганда была частью государственной идеологии, а само слово «пропаганда» в сочетании со словами «советский образ жизни» и «социалистическая» имело исключительно положительную коннотацию.

Рассматриваемая в этой работе практика создания имиджа страны, безусловно, была функциональной частью системы пропаганды. Парадоксально, но она долгое время не изучалась, хотя сам имидж существовал всегда. В 1960-х гг. с эволюционным развитием информационных процессов появилось множество исследований как у нас, так и за рубежом. Если западные рекламисты вскоре выделили понятие имиджа в отдельную ветвь социальной психологии, то советские ученые вплоть до развала Советского Союза приписывали практику «создания образов» психопрограммированию в буржуазной пропаганде<sup>1</sup>.



Газета «Правда», выбранная предметом исследования, интересна для этой работы как печатный орган КПСС, т.е. один из главных инструментов советской массовой пропаганды, функционирующий в «идеальных» условиях отсутствия конкуренции за умы читательской аудитории. Если же говорить о ее ценности вообще, то это целая эпоха в жизни несуществующей ныне страны, газета, ставшая для исследователей различных областей науки значимым историческим документом.

Актуальность темы имиджа в советской прессе складывается из нескольких аспектов. Во-первых, нашей работой мы надеемся внести свой вклад в изучение истории русской журналистики. Ведь именно пропагандистская ее сторона и по сей день остается малоизученной. Проблемам пропагандистских технологий и имиджа посвящено множество книг, но все они, как правило, изучают западный опыт и зачастую к газетной журналистике непосредственного отношения не имеют. В многочисленных серьезных работах теоретиков социалистической пропаганды имиджу, а тем более имиджу, создаваемому средствами массовой информации, тоже уделяется мало внимания. Во-вторых, выделим то, что одновременно является и целью исследования – определение наличия либо отсутствия тенденций в построении имиджа иностранного государства или лидера в советском массовом сознании через СМИ (в нашем случае – печать), что в современном информационном обществе представляется еще более важным, чем когда-либо. В то же время следует понимать, что уровень развития политической пропаганды в 1920–1930-х гг. значительно ниже уровня, например 1960-х гг., когда началось повсеместное активное изучение массовых информационных процессов. Существенно также идеологическая обусловленность пропаганды и ее исторический контекст. Опираясь на определенный исторический опыт, мы пытаемся проанализировать факты и понять технологии создания образов пропагандистским аппаратом.

В новейшей российской истории взаимоотношения с Турцией отведено видное место. Активно развивается сотрудничество в экономической, политической и культурной сферах. 2008 год официально объявлен годом Турции в России.

Говоря об имидже, необходимо вспомнить некоторые термины. Имидж – это основанное на стереотипах представление об объекте, призванное сфокусировать внимание аудитории на определенных чертах личности своего носителя, максимальное обобщенное и упрощенное в соответствии со свойствами массового сознания, в котором ему предстоит функционировать. Под массовым сознанием подразумевается организованный коллективный разум, потому что разобщенная неуправляемая толпа, как правило, не имеет общей объединяющей ее идеи<sup>2</sup>. Это явление общественной психологии характеризуется в первую очередь стремлением к упрощению

происходящих процессов и автоматизмом реакций, т.е. массы предпочитают упорядоченную картину мира, причем им будет еще комфортнее, если и упорядочит ее кто-то другой. Психологические установки в обществе тоже играют значимую роль, особенно на этапе создания имиджа. Большую часть установок мы с детства получаем в семье – нам объясняют, что можно, а что нельзя, что плохо, а что хорошо. В процессе вхождения в человеческое общество (социализации) диапазон установок расширяется. В теории пропаганды установки рассматриваются как плацдарм для начала пропагандистской коммуникации, а ее сверхзадачей является способность к воспроизводству психологических установок для общества. В работе часто употребляется слово «пропаганда» и сопутствующая ему терминология. Обусловлено это очевидной связью имиджевых технологий с теорией и практикой пропагандистской деятельности.

В ноябре 1938 г. умирает идеолог и первый президент республиканской Турции Мустафа Кемаль Ататюрк. Это событие может быть расценено как конец первого этапа советско-турецких отношений и темы «новой Турции», о которой писала «Правда» на протяжении 15 лет. Ведь именно Кемаль инициировал диалог с советской Россией и на протяжении всего своего пребывания у власти определял внешнеполитический курс страны. Контакты начались еще в 1919 г. На Эрзурумском конгрессе он приволил пример «русского народа, который, видя, что его национальная независимости угрожает опасность и что со всех сторон на него надвигается иностранное нашествие, единодушно поднялся против этих попыток мирового господства»<sup>3</sup>. Позднее, в 1920 г., через три дня после открытия первого съезда Великого национального собрания в Анкаре, Кемаль отправил в Москву на имя В.И. Ленина письмо, в котором предложил установить между обеими странами дипломатические отношения и просил оказать Турции помощь в её борьбе против империализма. Результатом этого сближения стал советско-турецкий договор «о дружбе и братстве», подписанный в Москве 16 марта 1921 г. и действующий по сей день. Примером пропагандистско-информационного обеспечения двусторонних отношений служит реакция «Правды» на избрание Ататюрка президентом в 1923 г.: «...Председатель ЦИК СССР тов. Калинин обратился к турецкому народу и правительству со следующим приветствием: «Горячо приветствую от имени народов СССР и союзного правительства братский турецкий народ и дружественное правительство Турции по случаю окончательного провозглашения Турецкой республики, навсегда положившей конец деспотическому монархическому режиму. Поздравляю вас, маршал Гази-Мустафа-Кемаль-паша, по случаю вашего избрания президентом Турецкой республики, приветствуя в вашем лице выдающегося руководителя героической борьбы турецкого народа против нашествия иностранных поработителей и избранного им главу дружественной Турецкой



республики. Выражаю горячую уверенность, что неразрывные узы дружбы между народами и правительствами Турции и СССР будут становиться все более тесными и содействовать процветанию обоих государств». Полпред СССР в Ангоре тов. Суриц указал, что русско-турецкая дружба будет крепнуть и развиваться, так как Кемаль был одним из основателей ее. Коснувшись русско-турецких отношений, он (Кемаль. – А.Б.) заявил о необходимости для Турции укрепления и развития дружбы с Россией<sup>4</sup>. Причиной сближения Турции с Советской Россией послужили коренные преобразования в обеих странах. В СССР произошла революция и Гражданская война, в Турции – распад империи и борьба с интервенцией. Общества обеих стран претерпели колоссальные изменения в своем жизненном укладе. Вместе с этим было потеряно политическое влияние на мировой арене, что едва ли допустимо для стран с подобным геополитическим положением. В 1920-х гг. двум государствам приходится доказывать сначала свою жизнеспособность, затем заново налаживать контакты с другими странами.

Коль скоро мы рассматриваем имидж иностранного государства, то важно понять основы его внешнеполитической стратегии. «Для турецкой внешней политики, – пишет историк Б.М. Поцхверия, – со времен национально-освободительного движения были характерны реалистичный подход, гибкость, использование противоречий между великими державами. Тактика Мустафы Кемала, как подчеркивают турецкие историки, “поддержку США” в ее противоборстве с европейскими странами, “поддержку Франции” против Англии. Реалистичным подходом определялось и установление Мустафой Кемалем в 1920-е годы, в “черные дни Турции”, диалога с Советской Россией»<sup>5</sup>. Охарактеризовать турецкую политику того периода можно одним очень точным в данном контексте словом – прагматичность. И хотя Турция позиционировалась как дружественная страна, ее маневрирование находило отражение на страницах газеты: «В Стамбуле арестован по обвинению в коммунистической деятельности известный турецкий поэт Назым Хикмет»<sup>6</sup>.

Общественное мнение формируют не только с помощью аналитической подачи информации, но и с помощью новости, выбранной в качестве наиболее ценной из огромного количества фактов. В этом случае сама новость должна нести в себе не только собственно информационную, но и убеждающую нагрузку. Интересны мысли В.Г. Костомарова, изложенные в его монографии: «Будучи главным средством формирования мнения, объективная и целенаправленная новость еще не исчерпывает проблемы воздействия на читателей. В основе общественного мнения лежит не только структура человеческого общества, определяющая обязательно социальный характер и идей, и информации, но и психология (престиж “лидеров мнения”, ситуация восприятия, совокупность све-

дений по всем каналам и “фактор соответствия”, форма высказывания и т.д.) и другие вплоть до чисто инструментальных»<sup>7</sup>. Новость об аресте Назыма Хикмета отвечает всем требованиям пропагандистского воздействия, ведь фигура известного политического и литературного деятеля выступает в роли психологического «лидера мнения» – он известен, его произведения пользуются успехом у советского читателя.

Отметим, что Турция представлена читателям в основном через призму новостей. Новости из рубрики «иностранная хроника» составляют большинство информации о Турции в 1938 г.

Изучение «новостей» и «мнений» и их взаимодействия лежит в основе теорий массовых информационных процессов<sup>8</sup>. Существуют различные взгляды ученых на функцию и характер новости. Одни склонны считать, что сама по себе новость лишь констатация факта, другие считают, что деятельность пропагандиста или специалиста по рекламе способна «нагрузить» новость определенным посылом. Нам же представляется, что новость, как и любая другая информация, может подвергаться обработке с целью воздействия на общественное мнение. Это отнюдь не значит, что пропагандистский посыл следует искать в любой информации, но с большой долей уверенности можно говорить о том, что в «Правду» новости просто так не попадали. «Турецкие газеты на видном месте помещают выдержки из речи тов. Литвинова на 100-й сессии Совета Лиги наций в Женеве. Газета «Улус» жирным шрифтом выделила часть речи тов. Литвинова о жизнеспособности Лиги наций и ее роли в противодействии агрессорам». Перед нами пример настоящей имиджевой рекламы. Аудитории демонстрируется внимание, которое уделяется советской позиции. Структура новостей разнообразна. Присутствуют сообщения, носящие явно пропагандистский характер: «Турецкий флот пополнился четырьмя новыми подводными лодками. Двое из них построены на заводе Крупа в Германии»<sup>9</sup>. События интерпретируются в связке с познавательной аналитической нагрузкой.

«Турция предлагает ассигновать 25 млн лир на нужды обороны сверх 82 млн лир, предусмотренных бюджетом на 1938 год. Военные ассигнования в 107 млн лир – самые большие за все время существования Турецкой республики»<sup>10</sup>. С точки зрения теории пропаганды читатель, сопоставляя факт с уже имеющимися установками и актуальными событиями, о которых он узнает из той же газеты и из прочих источников, составляет для себя картину происходящего. То есть «оказывается, что Турция еще никогда не тратила столько денег на вооружение»!.. Задача пропагандиста в данном случае таким образом дать познавательную и аналитическую части новости, чтобы спровоцировать необходимую реакцию у реципиента. «В Турции закончено составление проекта постройки военно-морских верфей в Измирском заливе. Подписано новое



турецко-итальянское соглашение»<sup>11</sup>. Прочитав всего два предложения, читатель узнает о новом факте и сразу же может составить свою оценку действиям турецких властей, сопоставить прочитанное с новостями о гражданской войне Испании, о «зверствах итальянских фашистов», о милитаризации Германии.

Всего в «Правде» 1938 г. было опубликовано 32 новости. Приведенные примеры показывают, что в построении сообщений присутствует четкая схема: факт плюс сопроводительная информация.

Особую роль в имиджевой коммуникации играют так называемые «мнения», или политическая аналитика. В большинстве случаев материал представлен в жанрах комментария и статьи. «По данным, заслуживающим доверия, на днях в Испании раскрыта и арестована крупная подпольная фашистская организация, ставившая себе задачей свержение республиканского правительства в момент предполагаемого наступления Франко. По тем же данным, главный штаб фашистского подполья находится в Мадриде в турецком посольстве. В момент раскрытия заговора на территории турецкого посольства арестовано значительное количество офицеров, в том числе два генерала, несколько полковников и др. Большинство арестованных было в полной форме с фашистскими повязками на рукавах. У заговорщиков была сильная охрана из бывшей штурмовой гвардии (жандармерии), вооруженная винтовками и ручными пулеметами. На территории турецкого посольства во время обыска обнаружены окопы с пулеметными гнездами»<sup>12</sup>. Комментарий, пример которого был приведен, как правило, требует минимального размера и обычно выстраивается вокруг стержневого факта или цепи однозначных фактов. В свою очередь, жанр статьи, предназначенной, для удовлетворения специального интереса, подразумевает подробный анализ явления, взгляд на него с разных сторон, привлечение вспомогательных фактов и заключительную оценку. Следующая статья, приведенная, кстати, с большими сокращениями, поможет составить представление о языке и стиле аналитики того времени. «Германо-итальянские фашистские любители поудить рыбу в мутной воде потерпели не одно разочарование в своих расчетах на то, что итоги 100-й сессии Совета Лиги наций неблагоприятно отразятся на сотрудничестве и взаимоотношениях мирных держав. В частности, большие надежды возлагались Берлином и Римом на франко-турецкий спор об Александреттском санджаке. Спор между Турцией и Францией об Александреттском санджаке (санджак – административная единица бывшей Оттоманской империи, возник осенью 1936 года и с того времени уже четыре раза обсуждался Советом Лиги. Александреттский санджак, входивший до мировой войны в состав Оттоманской империи, был уступлен Турцией Франции по договору 1921 года, который Турция заключила в самый раз-

гар своей национально-освободительной борьбы против иностранных интервентов, теснивших ее со всех сторон. <...> Александреттский порт представляет собой естественный выход для экспорта из прилегающих районов Турции; кроме того он – единственный порт для экспорта из Северной Сирии. <...> По некоторым данным мировой печати, в Александреттском районе обнаружена нефть. <...> В течение 1921–1936 гг. санджак входил в состав Сирии, на которую Франция получила мандат от Лиги наций. Когда в сентябре 1936 г. Франция заключила договор с (подмандатной ей. – А.Б.) Сирией, согласно которому, санджак в дальнейшем должен был подчиняться власти арабского правительства Сирии, Турция тотчас же заявила протест. Она потребовала, чтобы Франция предоставила Александреттскому санджаку такую же независимость, какую она согласилась предоставить Сирии и Ливану. Полное удовлетворение этого требования означало бы отторжение санджака от Сирии, и Франция, опасаясь вызвать неудовольствие арабов Сирии, отказалась пойти навстречу этому требованию. Германия и Италия всеми силами старались раздуть конфликт и толкнуть Турцию на агрессивные действия. Эта провокационная политика не прекратилась и тогда, когда Франция и Турция в декабре 1936 года договорились передать вопрос на рассмотрение Совета Лиги наций. Она продолжалась и во время сессии Совета Лиги в декабре 1936 и в январе 1937 г., когда совет занимался рассмотрением этой проблемы. Именно в этот период германские и итальянские фашистские газеты усиленно раздували слухи о концентрации турецких войск на границах с санджаком и о том, что Турция собирается решить вопрос силой и поставить Лигу наций перед “совершившимся фактом”. Однако Турция не пошла по опасному пути, на который ее толкала “ось Берлин-Рим”, и предпочла мирный способ разрешения вопроса.

<...> Однако за последние месяцы возник ряд инцидентов, вызвавших новое обострение франко-турецкого конфликта. Особенное неудовольствие в Турции вызвала деятельность нейтральной комиссии, посланной лигой наций в октябре 1937 г. в санджак для подготовки выборов в парламент.

<...> По некоторым сведениям, римские и берлинские советчики Турции снова рекомендовали ей вооруженный захват санджака.

Но Турция и на этот раз, так же как и в январе 1937 г. не пошла по этому пути.

Сообщение о том, что в Женеве Франция и Турция договорились о выборах в санджаке... должно вызвать удовлетворение всех подлинных сторонников мира»<sup>13</sup>. «Правда» 1920-х–1930-х гг. использует достаточно тяжелый официально-деловой стиль. Нагромождения сложных предложений длиной в 3-4 строки создает определенные трудности для понимания текста. Турция показана, с одной стороны, страной, подверженной влиянию



агрессивного блока. С другой стороны, турецкое руководство все же придерживается собственной позиции. Существенным моментом является заключительная оценка, данная в последнем абзаце. Эта оценка призвана однозначно обеспечить нужную реакцию аудитории на статью.

Причины такой имиджевой стратегии кроются в историческом фоне проблемы. К 1930-м гг. Турция урегулировала в основном свои отношения с европейскими и соседними странами, а в середине 1930-х гг. даже стала устанавливать с ними союзнические отношения, что, впрочем, не мешало ей сохранять курс сотрудничества с Советским Союзом. «В результате обострения международной обстановки из-за агрессивной политики Германии и Италии, в которых в Турции видели угрозу стране, в турецкой внешней политике во второй половине 30-х годов стал явственно наблюдаться крен в сторону военно-политического сотрудничества с державами, бывшими противниками в Первой мировой войне и во время национально-освободительного движения в Турции»<sup>14</sup>. В условиях постоянной напряженности в Европе обеим странам все же было выгодно сохранять партнерские отношения. Потому пропагандистским путем обеспечивалось разрешение возникающих противоречий во внешнеполитических курсах двух государств. Турция последовательно декларирует дружбу с СССР, широко используя свои каналы внешней пропаганды, применяет различные ее виды. «Турецкие газеты отмечают успех советского фильма «Петр I», просмотр которого был организован генеральным консульством СССР в Стамбуле в здании консульства»<sup>15</sup>. В системе общей дипломатии культурная пропаганда играет не менее важную роль, чем политическая. Всевозможные культурные мероприятия с участием двух стран повышают их имидж в глазах друг друга и демонстрируют характер отношений. Следующий пример иллюстрирует взаимодействие турецких и советских СМИ в течение месяца: «Турецкие газеты поместили подробное сообщение о советском павильоне на открывающейся 20 августа в Измире международной выставке»<sup>16</sup>. Затем следует оценка действиям японской дипмиссии в Стамбуле: «Возвращаясь к конференции японских дипломатов, происходящей в японском посольстве в Стамбуле, газета «Улус» пишет: «Заинтересованные лица утверждают, будто эта конференция занимается обсуждением экономических вопросов, но в таком случае непонятно, почему в конференции принимают участие военные атташе». «Мы, турки, – пишет газета, – народ гостеприимный, но республиканская Турция никогда не будет очагом антисоветских происков. Искренность и сила советско-турецкой дружбы составляет целую главу нашей республиканской истории. Те, кто готовит войну в широком масштабе, начиная с Дальнего Востока, не найдут для себя опоры ни в странах Балканской Антанты, ни в странах

Ближнего Востока. В этом уверено турецкое общественное мнение»<sup>17</sup>.

Свою позицию Турция подкрепляет официальной нотой, что дает основание утверждать о целенаправленной пропагандистской акции: «Анатолийское агентство передает следующее сообщение: «Турецкое министерство иностранных дел направило японскому посольству в Анкаре ноту в связи с появившимися в печати сведениями о том, что ряд японских дипломатов собирается в Стамбуле на конференцию с антисоветскими целями. Министерство иностранных дел заявляет в этой ноте, что оно не может верить в точность этих сведений, поскольку трудно себе представить, чтобы турецкая территория была избрана для собраний такого рода, в то время как Турция поддерживает с СССР особо дружественные отношения»<sup>18</sup>.

Отразив турецкую позицию, «Правда» дополняет ее репортажем с культурного мероприятия: «Городской голова Измира в своей речи выразил благодарность правительствам стран, участвующих в ярмарке, отметив в первую очередь СССР. Джелиаль Байяр в сопровождении министров народного хозяйства и юстиции, а также представителей измирских властей и печати осмотрел советский павильон, подолгу останавливаясь возле отдельных экспонатов. Особое внимание турецкого премьера привлекли новая легковая машина «ЗИС – 101», комбайн и ряд сложных станков новых моделей»<sup>19</sup>.

Таким образом, мы можем наблюдать практику корректировки имиджа страны, который в предыдущих публикациях явно был смещен в сторону негативных оценок действий турецкого правительства. Ведь систематическое сближение Турции с европейскими державами оказывало косвенное или прямое влияние на отношения с Советской Россией. Примечательна в этой связи одна из последних речей Ататюрка, зачитанная в турецком парламенте. Текст речи в сокращении был напечатан в «Правде»: «В разделе речи, посвященной внешней политике, Кемаль Ататюрк заявляет: «Наша глубоко мирная политика направлена к усилению мощи нашего государства, дабы подготовить его ко всяким случайностям. Мы не думаем, что можно рассматривать как вполне действительные и способные гарантировать сохранение мира только всеобщие соглашения и союзы».

Касаясь отношений с СССР, Кемаль Ататюрк заявляет: «С нашим великим соседом и другом – СССР – мы подписали в прошлом году новое пограничное соглашение на основе опыта, приобретенного той и другой стороной. Мы ожидаем, что это соглашение вступит скоро в силу»<sup>20</sup>. Это своеобразное политическое завещание точно составляет приоритеты турецкой внешней политики. Все же уход Кемалья Ататюрка с политической арены мог вызывать вопросы относительно дальнейшего развития русско-турецких отношений. В «Правде», кроме стандартных писем с соболез-



нованиями от Калинина, Молотова и Литвинова, ежедневно в двух строках сообщается о действиях малопредставительной советской делегации, направленной на похороны турецкого президента: о том, что прошли через Босфор, что были встречены на вокзале почетным караулом, что «вчера на похоронах Ататюрка в Анкаре команда моряков советского эсминца продефилировала перед гробом покойного. В этнографическом музее, где временно установлен гроб Ататюрка, на видном месте возложен венок с надписью: «От Союза Советских Социалистических республик»<sup>21</sup>. Нетрудно догадаться, что целью делегации, кроме репрезентативной, было также получение подтверждения президентом Иненю продолжения взятого ранее курса. Что касается пропагандистского обеспечения, то в «Правде» новый президент назван «...наиболее выдающимся деятелем возрожденной Турции. Его плодотворная деятельность способствовала развитию и укреплению советско-турецкой дружбы. В апреле 1932 г. он возглавил турецкую делегацию, посетившую СССР»<sup>22</sup>. Образ Ататюрка, мифологизированный еще при жизни и перешедший в разряд сакральных после смерти, отныне представляет хороший плацдарм для критических сравнений и аналогий с действиями следующих руководителей Турции. Этот тенденциозный прием будет наблюдаться и в Америке с образом Кеннеди, и в самом СССР с отходом от культуры личности Сталина и возвращением к ленинским традициям. «Газеты публикуют заграничные отклики на избрание, биографию Исмета Иненю, а также многочисленные фотографии, показывающие его совместно с Кемалем Ататюрком»<sup>23</sup>. Миф – это уже целая история объекта, в которой упорядочены факты, расставлены акценты и даны определенные оценки его деятельности<sup>24</sup>.

Итогом поездки советской делегации можно считать распространенное по официальным каналам заявление: «Наша дружба с великой соседней страной – не политическая фикция, а реальный факт, берущий свое начало в важнейших событиях, происшедших с момента установления новых режимов в Турции и в СССР. Я особенно счастлив заявить, что не только внешняя политика моей страны, но и глубокие чувства турецкого народа не подверглись каким-либо изменениям по отношению к СССР».

Сегодня все турецкие газеты поместили на видном месте заявление турецкого министра иностранных дел Шюкрю Сараджоглу корреспонденту ТАСС по поводу турецко-советских отношений. Газеты отмечают незыблемость турецко-советской дружбы»<sup>25</sup>. Комментарий еще раз напоминает нам о важности пропагандистской составляющей визита.

Подводя итоги исследования, мы в соответствии с заявленной целью должны ответить на вопрос, каким же был имидж Турции и какими методами он формировался. Рассматриваемый

нами 1938 год относится к периоду становления образа новой Турции в Советской России. В этот период и формируются установки, определившие характер создаваемого положительного образа страны, близкой СССР по своему революционному духу и миролюбивой политике. И в то же время интересна динамика имиджа, отражающая проблемные моменты двусторонних отношений. Собственно, понятие имиджа долгое время не вычленилось из теории политической пропаганды. Активное ее изучение и накопление научной базы началось с 1960-х и продолжалось вплоть до 1980-х гг. Именно тогда обстоятельно начали разрабатываться психологические, социальные аспекты пропагандистской деятельности, появились теоретические обоснования проблемы. В этой связи естественным выглядит то, что, рассматривая 1938 год, мы в своих выводах приходим к тому, что в создании имиджа используются в основном правильно выстроенные факты, дополненные направляющим комментарием, что и создает суггестивное воздействие. С современных позиций такой арсенал инструментов в борьбе, особенно на фоне информационных войн второй половины XX в. может показаться довольно скудным. Во многих работах ученых – представителей соцлагеря советская пропаганда характеризуется своей ставкой на убеждение реципиента, побуждением его к самостоятельному мышлению в отличие от западной пропаганды с ее манипулятивным характером и «созданием образов»<sup>26</sup>. Все же практика «холодной войны», когда на страницах газеты применялся целый набор психологических средств воздействия на массовое сознание, заставляет сомневаться в правдивости этого утверждения. Однако проанализированные нами материалы конца 1930-х свидетельствуют, что в основе огромных пластов теории лежит убеждающее воздействие публицистики.

## Примечания

- 1 Подробнее см.: *Беглов С.И.* Внешнеполитическая пропаганда. М., 1980; *Беглов С.И.* Монополии слова. М., 1972; *Войтасик Л.* Психология политической пропаганды. М., 1981.
- 2 Подробнее см.: *Бехтерев В.М.* Сознание и его границы // Бехтерев В.М. Избранные труды по психологии личности. СПб., 1999.
- 3 *Кемаль Ататюрк.* Избранные речи и выступления. М., 1966. С. 12.
- 4 Турция – республика // *Правда.* 1923. 2 нояб.
- 5 *Поцхверия Б.М.* Турция между двумя мировыми войнами. М., 1992. С. 5.
- 6 *Правда.* 1938. 26 янв.
- 7 *Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе. М., 1971. С. 42.
- 8 Там же. С. 40.
- 9 Иностранная хроника // *Правда.* 1938. 8 февр.
- 10 Иностранная хроника // Там же. 19 окт.



- 11 Иностранная хроника // Правда. 1938. 19 окт.
- 12 Фашистское гнездо на территории турецкого посольства в Мадриде // Правда. 1938. 2 февр.
- 13 *Нэджибе*. Александреттский санджак // Правда. 1938. 3 февр.
- 14 *Поцхверия Б.М.* Указ. соч. С. 5.
- 15 Правда. 1938.22 февр.
- 16 Иностранная хроника // Правда. 1938. 8 авг.
- 17 Турецкая газета о японских происках на Ближнем Востоке // Правда. 1938. 11 авг.
- 18 Турецкая нота японскому посольству в Анкаре // Правда. 1938. 8 авг.
- 19 Международная выставка в Измире большой интерес к павильону СССР // Правда. 1938. 23 авг.
- 20 Речь президента Турции Кемаля Ататюрка // Правда. 1938. 3 нояб.
- 21 Советская делегация на похоронах Ататюрка // Правда. 1938. 23 нояб.
- 22 Исмет Иненю – президент Турецкой Республики // Правда. 1938. 12 нояб.
- 23 К избранию Исмета Иненю президентом Турецкой республики // Правда. 1938. 15 нояб.
- 24 Подробнее см.: *Цуладзе А.* Политическая мифология. М., 2003.
- 25 Шюкрю Сараджоглу о турецко-советских отношениях // Правда. 1938. 30 нояб.
- 26 Подробнее см.: *Беглов С.И.* Внешнеполитическая пропаганда. М., 1980.

УДК 050-057.875 (470+571)

## ВОЗНИКНОВЕНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ ПЕРИОДИКИ В РОССИИ

А.Н. Болкунов

Саратовский государственный университет,  
кафедра общего литературоведения и журналистики  
E-mail: [bolkunov@sgu.ru](mailto:bolkunov@sgu.ru)

В статье представлена история зарождения и становления российской студенческой периодики. Первые проявления жизни студенческой прессы России автор рассматривает в неофициальной «самиздатской» периодике, выходившей в учебных заведениях; в стенгазетах, одобряемых администрацией высших, средних и среднеспециальных учебных заведений; в вузовских периодических изданиях; в общественно-политической прессе, уделяющей внимание студенческой тематике.

**Ключевые слова:** история журналистики, студенческая пресса, молодежная проблематика, научно-просветительские издания, самиздат, учебная газета.

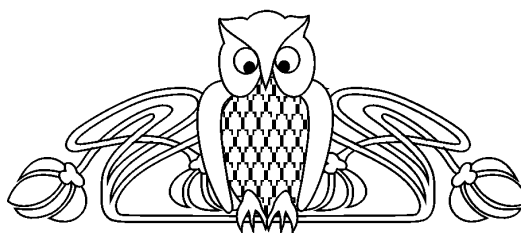
### The Rise and Formation of Students' Periodicals in Russia

A.N. Bolkunov

The article describes the rise and formation of student periodical press in Russia. The author traces it back to unofficial "samizdat"-like publications within educational institutions: to stand-papers, approved by administrations of colleges, institutes and universities, to HE periodicals, to the national and regional press covering student problems.

**Key words:** journalism history, student periodicals, youth problems, popular science publications, «samizdat», student newspaper.

Периодика в России всегда была так или иначе связана со студенчеством. Рождение российской журналистики (выпуск первой русской печатной газеты «Ведомости») в январе 1703 г. состоялось благодаря идеям просвещения, образования. Именно в просветительских целях по велению Петра Первого в марте 1703 г. «Ведомости» вышли небывалым тиражом в 4000 экземпляров,



что было сопоставимо с общим количеством грамотных людей в России того времени.

Всего через четверть века после своего появления – в 1727 г. – «Ведомости» были переданы в управление главному научно-образовательному центру страны – Академии наук (и переименованы в «Санкт-Петербургские ведомости»). Редактором главной газеты страны стал студент Академии немец Герхард Фридрих Миллер, в то время преподававший в академической гимназии и ставший впоследствии ректором Санкт-Петербургского университета.

Российской академии наук указом Петра Первого было предписано решать три задачи: «1) науки производить и совершить, однакож-де тако, чтоб они тем наукам 2) молодых людей публично обучали и чтоб они 3) некоторых людей при себе обучали, которые бы младых людей первым фундаментом всех наук паки обучать могли»<sup>1</sup>. Газета «Санкт-Петербургские ведомости» и появившееся в 1728 г. бесплатное приложение к ней «Месячные исторические, генеалогические и географические примечания в Ведомостях» (считающееся первым российским журналом) своей главной целью ставили просвещение.

Сам по себе выпуск печатных изданий не мог решить просветительские задачи, грамотных людей в России было немного. Петр Первый ввел обязательное обучение. По свидетельству историка В.О. Ключевского, «по указам 20 января и 28 февраля 1714 г. дети дворян и приказного чина, дьяков и подьячих должны обучиться цифири, т.е. арифметике, и некоторой части геометрии,